



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN TRANSPARANSI TERHADAP MINAT MUZAKKI DALAM MEMBAYAR ZAKAT PADA LEMBAGA AMIL ZAKAT OPSEZI KOTA JAMBI

Yayang Pebrianti^a, Sucipto^b, Lidya Anggraeni^c

^aEkonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah yayangpebrianti23@gmail.com UIN STS Jambi

^bEkonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah sucipto.djaafar@gmail.com UIN STS Jambi

^cEkonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah lidyaanggraeni@uinjambi.ac.id UIN STS Jambi

ABSTRACT

A responsible zakat management organization will provide a high level of public trust in general in line with public trust so that public interest in distributing zakat in BAZNAS will be high. The factors that influence the interest of muzakki in distributing zakat are service quality and transparency. The purpose of this study was to determine and analyze the effect of service quality and transparency partially or simultaneously on muzakki's interest in paying zakat at the Amil Zakat Opsezi Institute in Jambi City. The research method used in this research is descriptive and quantitative methods. The population in this study were all muzakki at the Amil Zakat Opsezi Institute, Jambi City. The sampling method in this research is using purposive sampling. Methods of data collection using observation, questionnaires, and documentation. Methods of data analysis using Descriptive Analysis and Multiple Regression Analysis. The results of the study concluded that: (1) Based on the results of the t-test showed that the quality of service and transparency partially affected the interest of muzakki in paying zakat at the Amil Zakat Opsezi Institute in Jambi City, (2) Based on the results of the F-test showed that the quality of service and transparency simultaneously affect the interest of muzakki in paying zakat at the Amil Zakat Opsezi Institute of Jambi City with an effect of 18.4%.

Keywords: Service Quality, Transparency, Muzakki Interests, Zakat

ABSTRAK

Organisasi pengelola zakat yang bertanggung jawab akan memberikan tingkat kepercayaan masyarakat yang tinggi pada umumnya selaras dengan kepercayaan masyarakat sehingga minat masyarakat untuk menyalurkan zakat di BAZNAS akan tinggi. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi minat muzakki dalam menyalurkan zakat yaitu kualitas pelayanan dan transparansi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan transparansi secara parsial maupun simultan terhadap minat muzakki dalam membayar zakat pada Lembaga Amil Zakat Opsezi Kota Jambi.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh muzakki di Lembaga Amil Zakat Opsezi Kota Jambi. Metode penarikan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan *Purposive Sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Metode analisis data dengan menggunakan Analisis Deskriptif dan Analisis Regresi Berganda.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa: (1) Berdasarkan hasil Uji-t menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan transparansi mempengaruhi secara parsial terhadap minat muzakki dalam membayar zakat pada Lembaga Amil Zakat Opsezi Kota Jambi, (2) Berdasarkan hasil Uji-F menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan transparansi mempengaruhi secara simultan terhadap minat muzakki dalam membayar zakat pada Lembaga Amil Zakat Opsezi Kota Jambi dengan pengaruh sebesar 18,4%.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Transparansi, Minat Muzakki, Zakat.

PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara berkembang tidak bisa terhindar dari permasalahan di bidang ekonomi. Salah satu permasalahan konkrit yang dihadapi bangsa Indonesia adalah disparasi distribusi pendapatan dan kemiskinan. Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS), tercatat Garis kemiskinan (GK) pada bulan September 2021 sendiri mencapai Rp 486.168 per kapita per bulan. Angkanya naik 2,89 persen dari Rp 472.525 per kapita di bulan Maret 2021 dan naik 5,93 persen dibanding September 2020.¹ Hal ini menunjukkan bahwa kemiskinan yang terjadi pada masyarakat di Indonesia masih meningkat dari waktu ke waktu. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk membantu keadaan tersebut adalah dengan adanya zakat, infak dan sedekah seperti yang telah dianjurkan dalam Islam.

Pengelolaan zakat diatur dalam UU No. 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat, tujuan pengelolaan zakat yang tercantum dalam Undang-Undang tersebut ialah pertama, meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan dalam pengelolaan zakat dan; kedua, meningkatkan manfaat zakat untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan penanggulangan kemiskinan.

Organisasi pengelola zakat yang bertanggung jawab akan memberikan tingkat kepercayaan masyarakat yang tinggi pada umumnya selaras dengan kepercayaan masyarakat sehingga minat masyarakat untuk menyalurkan zakat di BAZNAS akan tinggi. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi minat muzaki dalam menyalurkan zakat yaitu kualitas pelayanan dan transparansi. Kualitas pelayanan mengambil peran dalam kenyamanan muzakki berupa kehandalan, daya tanggap, empati, dan komunikasi antara pihak lembaga dengan muzakki.² Pelayanan yang baik kepada muzakki dapat menumbuhkan minat dan kenyamanan sehingga akan mempengaruhi peningkatan muzakki yang berzakat. Petugas zakat yang ramah dan kooperatif, diimbangi dengan lingkungan fasilitas pendukung seperti lingkungan yang bersahabat dan pelayanan administrasi yang tidak rumit dan mudah akan menjadikan faktor yang dapat menarik minat muzakki untuk lebih giat menyalurkan zakatnya di tempat tersebut.

Selain itu, transparansi merupakan salah satu faktor mempengaruhi minat muzakki dalam menyalurkan zakat. Hal itu berhubungan dengan banyaknya sumber dana yang dikumpulkan dan kemampuan organisasi itu sendiri dalam mengelola dana zakat secara profesional dan transparan. Organisasi yang memiliki tingkat kredibilitas yang tinggi akan kinerja sangat penting bagi sebuah organisasi atau perusahaan dalam upaya mencapai tujuannya.

Opsezi merupakan sebuah komunitas yang berada di Kota Jambi yang melaksanakan kegiatan sosial untuk membantu anak-anak dhuafa agar dapat melanjutkan pendidikannya dengan memberikan beasiswa. Opsezi tidak hanya melayani pengumpulan sedekah, zakat, dan infaq, tetapi juga qurban, dan aqiqah. Opsezi berada dibawah yayasan Shohwah (*sekarang bernama yayasan Pinang Merah*), Opsezi sendiri diresmikan pada tanggal 25 Desember 2005. Berikut tabel jumlah muzakki:

Tabel 1.1 Jumlah Muzakki di Lembaga Amil Zakat OPSEZI

No	Tahun	Jumlah Muzakki
1	2017	2.305
2	2018	2.638
3	2019	2.234
4	2020	3.057

¹ Ayu Setyo Rini dan Lilik Sugiharti. *Faktor-Faktor Penentu Kemiskinan Di Indonesia: Analisis Rumah Tangga*. Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan. 2016. Volume 01. Nomor 02.

² Andhi Irawan. *Analisis Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Customer Relationship Quality (CRQ) dan Customer Lifetime Value (CLV) Rumah Zakat Di Indonesia*. Jurnal Studi Ekonomi. 2019. Volume XI Nomor 1.

5	2021	2.781
---	------	-------

Sumber: Opsezi, Kota Jambi, 2022

Berdasarkan data jumlah muzakki di Lembaga Amil Zakat OPSEZI menunjukkan bahwa dari tahun 2017 hingga tahun 2021 mengalami fluktuatif. Penurunan jumlah Muzakki terjadi pada tahun 2019 dan 2021. Penurunan jumlah Muzakki ini dapat berdampak pada aktivitas lembaga dalam menciptakan keadilan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat yang membutuhkan terutama di daerah Kota Jambi. Dengan demikian, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Transparansi Terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat pada Lembaga Amil Zakat OPSEZI Kota Jambi”**.

1. TINJAUAN PUSTAKA

1.1. zakat

Zakat secara bahasa berasal dari kata dasar (masdar)-nya zaka yang berarti berkah, tumbuh, bersih, baik, dan bertambah. Sedangkan menurut terminologi Syari'ah, Zakat adalah mengeluarkan sebagian harta, diberikan kepada yang berhak menerimanya, sehingga harta yang tinggal menjadi bersih dan orang yang mempunyai harta menjadi suci jiwa dan tingka lakunya. Namun lain bagi zakat itu ialah sedekah yang dibagi kepada sedekah wajib disebut zakat, dan sedekah sunnat. Dalam kitab-kitab fikih, perkataan zakat diartikansuci, tumbuh dan berkembang serta berkah. Jikapengertian ini dihubungkan dengan harta, secaramenurut islam harta tersebut (yang sudah dizakati)akan tumbuh dan berkembang, suci serta berkah.³ Zakat menurut istilah adalah jumlah harta tertentu yang wajib dikeluarkan oleh orang yang beragama Islam dan diberikan kepada golongan yang berhak menerimanya (asnaf 8) menurut ketentuan yang telah ditetapkan oleh Islam. Zakat adalah suatu kewajiban bagi umat Islam yang telah ditetapkan dalam al-Qur'an, Sunnah Nabi, Ijma' para ulama. Ia merupakan salah satu sendi (rukun) Islam yang selalu disebutkan sejajar dan selaras dengan shalat.⁴

1.2. minat zakat

Minat merupakan kecenderunganperhatian yang besar terhadap sesuatu,sehingga terbentuk suatu perasaan yang senang dan sikap positif. Minat diartikan sebagai sesuatu dalam diri seseorang yang terdiri atas harapan, perasaan, prinsip, yang tercampur dan ada pada satu wadah pemberian arah yang jelas pada personal, untuk keputusan ataupun pilihan.⁵

Minat tidak akan muncul dengansendirinya secara tiba-tiba dari dalam diriindividu. Minat dapat timbul pada diriseseorang melalui proses. Dengan adanyaperhatian dan interaksi dengan lingkungan,maka minat tersebut dapat berkembang.Munculnya minat ini biasanya ditandaidengan adanya dorongan, perhatian, rasasenang, kemampuan, dan kecocokan ataukesesuaian. Timbulnya minat seseorang disebabkanoleh beberapa hal, yaitu rasa tertarik atau rasasenang, perhatian dan kebutuhan. Minattimbul karena perasaan senang serta tendensiyang dinamis untuk berperilaku atas dasarketerterarikan seseorang pada jenis-jeniskegiatan tertentu. Perasaan senang seseorangakan menimbulkan dorongan-dorongandalam dirinya untuk segera beraktifitas.⁶

1.3. kualitas pelayanan

Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yangberhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, prosesdan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihiharapan pelanggan atau konsumen.⁷ Kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifatsuatu produk atau pelayanan yang berpengaruh padakemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yangdinyatakan atau yang tersirat. Suatu barang atau

³Ahmad Sudirman Abbas. *Zakat Ketentuan dan Pengelolaannya*. (Jawa Barat: CV. Anugrahberkah Sentosa). Hlm. 4

⁴Armiadi Musa. *Pendayagunaan Zakat Produktif: Konsep, Peluang, dan Pola Pengembangan*. (Aceh: Lembaga Naskah aceh, 2020). Hlm.2

⁵Suralaga. (2021). *Psikologi Pendidikan;Implikasi dalam Pembelajaran*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada. Hlmn. 66.

⁶Suralaga. (2021). *Psikologi Pendidikan;Implikasi dalam Pembelajaran*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada. Hlmn. 69.

⁷Indrasari, M. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press: Surabaya. 2019. Hlm. 54

jasa akan dinilai bermutu apabila dapat memenuhi ekspektasi atau harapan konsumen akan nilai produk tersebut.⁸

Kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan sasaran. Dengan kata lain ada dua faktor utama mempengaruhi kualitas jasa, yaitu kualitas jasa yang diharapkan dan kualitas jasa yang diterima atau dirasakan. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang buruk. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Pelangganlah yang menentukan berkualitas atau tidaknya suatu layanan jasa. Dengan demikian baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten⁹

1.4. transparansi

Transparansi adalah keterbukaan dalam memberikan informasi terkait dengan suatu aktivitas. Transparansi adalah memberikan informasi keuangan secara terbuka dan jujur kepada masyarakat berdasarkan pertimbangan bahwa masyarakat memiliki hak untuk mengetahui secara terbuka dan menyeluruh suatu informasi. Transparansi dibangun berdasarkan atas kebebasan memperoleh suatu informasi berkaitan dengan kepentingan publik secara langsung. Transparansi bertujuan untuk memberikan informasi keuangan yang terbuka dan jujur kepada masyarakat berdasarkan pertimbangan bahwa masyarakat memiliki hak untuk mengetahui secara terbuka dan menyeluruh atas pertanggungjawaban dalam pengelolaan sumber daya yang dipercayakan padanya dan ketaatannya pada hukum yang berlaku.¹⁰

2. METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif deskriptif dengan menyebar kuesioner. Lokasi penelitian ini pada Lembaga amil zakat Opsezi Kota Jambi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh muzakki di Lembaga amil zakat Opsezi Kota Jambi. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 orang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan *purposive sampling* adalah Teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam menentukan besarnya sampel (*sample size*) dalam penelitian ini di dasarkan pada perhitungan menggunakan rumus lemeshow. Alat pengumpul data yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner distandarisi dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, maka diperlukan pengujian asumsi klasik yang meliputi pengujian normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Analisis data dengan menggunakan model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y	= Minat Muzakki membayar zakat
a	= Konstanta
b ₁ b ₂	= Koefisien variable penelitian
X ₁	= Kualitas pelayanan
X ₂	= Transparansi
e	= Pengaruh variable lain

⁸ Kotler, P. dan Keller, K. *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.

⁹ Haryanto, Rudy, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik)*, (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2020).

¹⁰ Rusdiana & Nasuhudin. (2018). *Akuntabilitas Kinerja dan Pelaporan Penelitian*. Bandung: Pusat Penelitian dan Penerbitan UIN SGD. Hlm. 25

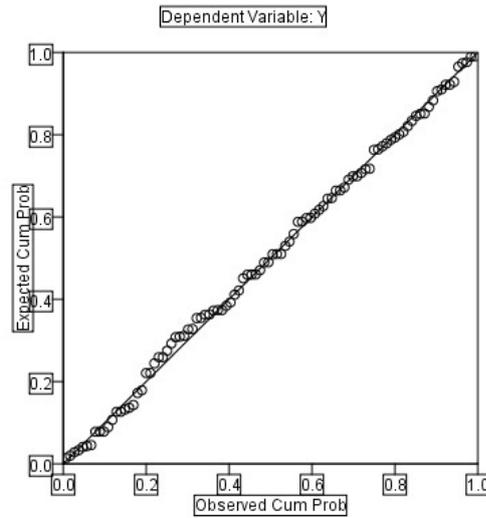
Koefisien determinasi (R^2) digunakan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen lalu uji signifikansi data dengan menggunakan uji parsial (t) dan uji simultan (f).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Uji Asumsi Klasik

3.1.1. Uji Normalitas

Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas



Berdasarkan Berdasarkan hasil uji normalitas di atas, terlihat bahwa pola mengikuti garis lurus yang berarti data pada penelitian ini berdistribusi normal.

3.1.2. Uji Multikolinearitas

Tabel 4.2
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	9.904	1.942		5.099	.000		
kualitas pelayanan	.155	.057	.256	2.739	.007	.987	1.013
transparansi	.333	.091	.340	3.646	.000	.987	1.013

a. Dependent Variable: minatmuzaki

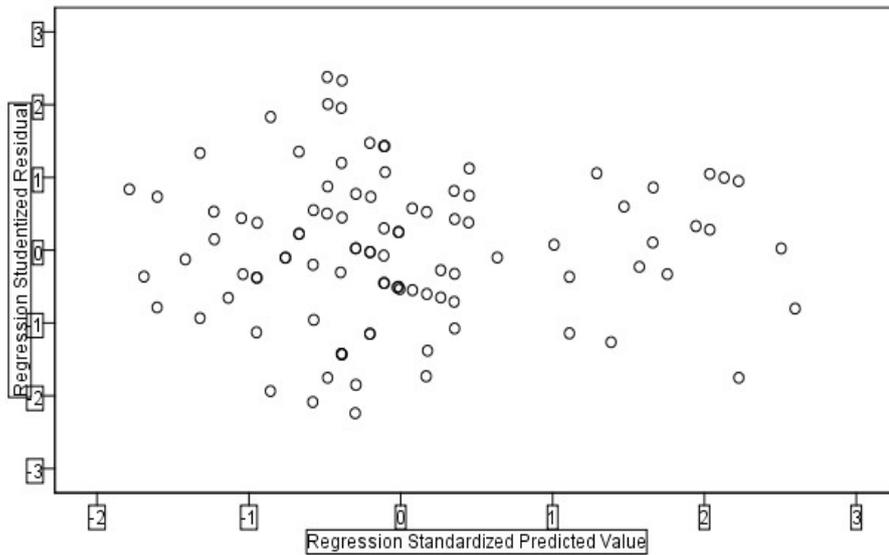
Sumber: Data primer yang di olah, 2022

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa nilai VIF adalah 1,013. Jika dibandingkan, maka nilai VIF < 10 dan nilai tolerance > 0,05 dengan demikian maka Ho diterima dan Ha semua variabel yaitu kualitas pelayanan (X_1) dan variabel transparansi (X_2) tidak terjadi multikolinearitas.

3.1.3. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4.3

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data primer yang di olah, 2022

Grafik di atas menunjukkan bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi heterokedastisitas.

3.1.4. Uji Linearitas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui model regresi yang digunakan. Pengujian linieritas dalam penelitian ini menggunakan *Test for Linierity* pada *SPSS 20.0 Statistik 20* dengan taraf signifikansi 0,05.

3.1.4.1. Variabel Kualitas Pelayanan

Tabel 4.4
Hasil Uji Linearitas Variabel Kualitas Pelayanan

			ANOVA Table				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
minat muzaki * kualitas pelayanan	Between Groups	(Combined)	17.159	7	2.451	2.584	.018
		Linearity	8.699	1	8.699	9.172	.003
		Deviation from Linearity	8.460	6	1.410	1.487	.192
Within Groups			83.466	88	.948		
Total			100.625	95			

Sumber: Data primer yang di olah, 2022

Dari hasil uji linieritas pada tabel tersebut dapat diketahui bahwa variabel independen (kualitas pelayanan) di atas memiliki nilai signifikansi 0,192 lebih besar dari 0,05 sehingga hal ini menunjukkan variabel penelitian memiliki hubungan linier.

3.1.4.2. Variabel Transparansi

Tabel 4.5
Hasil Uji Linearitas Variabel Transparansi

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
minat muzaki * transparansi	Between (Combined) Groups	18.576	4	4.644	5.151	.001
	Linearity	13.709	1	13.709	15.204	.000
	Deviation from Linearity	4.867	3	1.622	1.799	.153
	Within Groups	82.049	91	.902		
Total		100.625	95			

Sumber: Data primer yang di olah, 2022

Dari hasil uji linieritas pada tabel tersebut dapat diketahui bahwa variabel independen (transparansi) di atas memiliki nilai signifikansi 0,153 lebih besar dari 0,05 sehingga hal ini menunjukkan variabel penelitian memiliki hubungan linier.

3.2. Hasil Uji Hipotesis

3.2.1.1. Uji t

Uji t_{hitung} bertujuan untuk melihat secara parsial apakah pengaruh masing-masing variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) bermakna atau tidak.

Tabel 4.6
Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.904	1.942		5.099	.000
	kualitas pelayanan	.155	.057	.256	2.739	.007
	transparansi	.333	.091	.340	3.646	.000

a. Dependent Variable: minat muzaki

Sumber: Data primer yang di olah, 2022

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, diperoleh nilai:

1) Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Minat Muzakki (Y)

Pada tabel di atas diperoleh hasil nilai signifikansi 0,007. Hasil perhitungan tersebut menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat muzakki dengan nilai signifikan yang lebih kecil dari nilai probabilitas ($0,007 < 0,05$).

2) Transparansi (X_2) terhadap Minat Muzakki (Y)

Pada tabel di atas diperoleh hasil nilai signifikansi 0,000. Hasil perhitungan tersebut menyatakan bahwa transparansi berpengaruh terhadap minat muzakki dengan nilai signifikan yang lebih kecil dari nilai probabilitas ($0,000 < 0,05$).

3.2.1.2. Uji f

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat (minat muzakki). Berikut merupakan hasil uji F yang di sajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.7
Hasil Uji F

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	20.196	2	10.098	11.676	.000 ^a
Residual	80.429	93	.865		
Total	100.625	95			

a. Predictors: (Constant), transparansi, kualitas pelayanan

b. Dependent Variable: minat muzaki

Sumber: Data primer yang di olah, 2022

Berdasarkan hasil uji F dengan bantuan perhitungan dari program SPSS 20.0, maka terlihat bahwa dalam uji F statistik ini terlihat bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) dan transparansi (X_2) secara bersama-sama mempengaruhi minat muzakki (Y).

3.2.1.3. Koefisien determinan (R^2)

Untuk melihat besarnya pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent secara keseluruhan dapat dilihat pada tabel model summary berikut ini:

Tabel 4.8
Hasil Koefisien Determinan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.448 ^a	.201	.184	.930

a. Predictors: (Constant), transparansi, kualitas pelayanan

Sumber: Data primer yang di olah, 2022

Pada tabel di atas diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar $0,184 = 18,4\%$. Ini berarti variabel independet secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependent sebesar 18,4% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian.

3.2.1.4. Analisis regresi linear berganda

Dari hasil analisis program SPSS 20.0 maka dapat diketahui persamaan regresi yang terbentuk. Adapun persamaan regresi linear yang terbentuk adalah:

$$Y = 9.904 + 0.155X_1 + 0.333X_2$$

1. Konstanta (a) = 9.904

Ini berarti jika semua variabel independent di anggap sama dengan nol (0) maka nilai variabel dependent (minat muzakki) sebesar 9.904

2. Kualitas pelayanan (X_1) = 0,155

Nilai koefisien kualitas pelayanan bertanda positif terhadap minat muzakki dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,155. Hal ini menunjukkan bahwa setiap nilai variabel kualitas pelayanan di naikan 1 point atau satuan sementara, maka variabel minat muzakki (Y) akan meningkat sebesar 0,155.

3. Transparansi (X_2) = 0,333

Nilai koefisien transparansi bertanda positif terhadap minat muzakki dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,333. Hal ini menunjukkan bahwa setiap nilai variabel transparansi di naikan 1 point atau satuan sementara, maka variabel minat muzakki (Y) akan meningkat sebesar 0,333.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Muzakki

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Transparansi Terhadap Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Pada Lembaga Amil Zakat Opsezi Kota Jambi (Yayang Pebrianti)

Hipotesis pertama pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat muzakki dalam membayar zakat pada Lembaga amil zakat OPSEZI kota Jambi. Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai signifikansi $0,007 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat muzakki.

Pengaruh Transparansi Terhadap Minat Muzakki

Hipotesis kedua pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel transparansi berpengaruh terhadap minat muzakki dalam membayar zakat pada Lembaga amil zakat OPSEZI kota Jambi. Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara transparansi dengan minat muzakki OPSEZI kota Jambi.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Transparansi Terhadap Minat Muzakki

Hipotesis ketiga pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan transparansi berpengaruh terhadap minat muzakki dalam membayar zakat pada Lembaga Amil Zakat Opsezi Kota Jambi. Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa bahwa kualitas pelayanan dan transparansi secara bersama-sama mempengaruhi minat muzakki dalam membayar zakat pada Lembaga Amil Zakat Opsezi Kota Jambi.

4. Kesimpulan dan saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan mengenai “**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Transparansi Terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat pada Lembaga Amil Zakat OPSEZI Kota Jambi**” maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Berdasarkan hasil Uji-t menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan transparansi mempengaruhi secara parsial terhadap minat muzakki dalam membayar zakat pada Lembaga Amil Zakat Opsezi Kota Jambi.
2. Berdasarkan hasil Uji-F menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan transparansi mempengaruhi secara simultan terhadap minat muzakki dalam membayar zakat pada Lembaga Amil Zakat Opsezi Kota Jambi dengan pengaruh sebesar 18,4%.

Berdasarkan kesimpulan tersebut maka terdapat beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak terkait. Adapun saran-saran tersebut adalah:

1. Untuk Lembaga Amil Zakat Opsezi Kota Jambi diharapkan dapat meningkatkan minat muzakki dalam membayar zakat dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan dan transparansi di lembaga.
2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel lain selain kualitas pelayanan dan transparansi yang diperkirakan dapat mempengaruhi minat muzakki dalam membayar zakat.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Quran

[1] Al-Quran Terjemahan. Departemen Agama RI. Bandung: CV Darus Sunnah. 2015.

Buku

- [1] Abbas, Ahmad Sudirman. (2017). *Zakat: Ketentuan dan Pengelolaannya*. Bogor: CV. Anugrah Berkah Sentosa.
- [2] Ancok, D. & Suroso, F. N. (2005). *Psikologi Islami: Solusi Islam Atas Problem-Problem Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- [3] Arikunto. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- [4] Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [5] Ghufron. (2010). *Teori-Teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruz Media,
- [6] Haryanto. (2020). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik)*, Pamekasan: Duta Media Publishing.
- [7] Husaini Usman. (2008). *Pengantar Statistika* . Jakarta: PT Bumi Aksara.
- [8] Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press: Surabaya..
- [9] Kotler, P. dan Keller, K. (2017). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- [10] Setiawan, (2012) *Teori Uncertainty (Ketidakpastian) Dalam Keuangan Islam*. Badan Penerbit

Fakultas Ekonomi UNIDA, Ponorogo.

- [11] Shihab, Q. (2012). *Tafsir al-Misbah*. Jakarta: Lentera Hati,
 [12] Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
 [13] Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
 [14] Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*. Andi Offset: Yogyakarta.
 [15] Widiastuti, Tika et al. (2019). *Handbook Zakat*. Surabaya: Airlangga University Pres.

Artikel dalam buku

- [1] Abdullah, Muh. Ruslan. (2016) Dampak Implementasi Zakat Produktif. *Journal of Islamic Economic Law*, Vol. 1 No. 1.
 [2] Afandi, dkk. (2022). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Transparansi, dan Reputasi Lembaga Terhadap Keputusan Muzaki Dalam membayar Zakat di Badan Amil Zakat Nasional Kota Yogyakarta. *Journa of Islamic Social Finance Managemant*. Vol. 3(1).
 [3] Andhi Irawan. (2019). Analisis Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Customer Relationship Quality (CRQ) dan Customer Lifetime Value (CLV) Rumah Zakat Di Indonesia. *Jurnal Studi Ekonomi*. Vol. 11(1).
 [4] Bolita. Analisis (2021). Pengaruh AKuntabilitas, Transparansi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat pada BAZNAS Sumatra Utara. *Jurnal FEB*. Vol. 2(1).
 [5] Chaniago, Siti Aminah. (2012). Pemberdayaan Zakat Produktif Dalam Pemberantasan Kemiskinan. *Jurnal Hukum Islam (JHI)*. Volume 10, Nomor 2.
 [6] Jumarni. (2019). Pengaruh Akuntabilitas dan Transparansi terhadap Kepercayaan Muzakki Membayar Zakat di BAZNAS Kota Jambi. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
 [7] Kabib, dkk. (2021). Pengaruh Akuntabilitas dan Transparansi Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat di Baznas Sragen. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. Vol.7(1).
 [8] Khoitiyah. (2016). Pengaruh Kepuasan Muzakki, Transparansi, dan Akuntabilitas pada Lembaga Amil Zakat Terhadap Loyalitas Muzakki. *Jurnal Ekonomi Islam*. Vol. 7(2).
 [9] Maulidina dan Solekah. (2020) Antecedent Perilaku Membayar Zakat Pada Badan Amil Zakat Nasional Di Lumajang. *Jurnal Ekonomi Syariah*. Vol. 8(2).
 [10] Najtama. (2017). Religiusitas dan kehidupan Sosial Keagamaan. *Jurnal Studi Islam*. Vol. 9(2).
 [11] Ningsih, Prihatin Ardi. (2020). Pengaruh Religiusitas dan Transparansi Pengelolaan Dana Zakat terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat pada Lembaga Amil Zakat Daarut tauhiid Peduli Jambi. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
 [11] Othman, Abdul Qawi dan Lynn Owen. (2001). The Multi Dimensionality of CARTER Model to Measure Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banking Industry (A Study in Kuwait Finance House). *International Journal of Islamic Financial Service*. Vol. 3(4).
 [12] Putri. (2018). Akuntabilitas dan Transparansi Pelayanan Publik. Studi Akuntabilitas dan Transparansi Pelayanan pada Izin Usaha di Dinas Perdagangan Kota Surabaya. *Jurnal FIS*. Vol.1(1).
 [13] Rini dan Sugiharti. (2016). Faktor-Faktor Penentu Kemiskinan Di Indonesia: Analisis Rumah Tangga. *Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan..* Vol.1(2)
 [14] Rosmini. (2016). Falsafah Infak Dalam Perspektif Al-Qur'an. *Jurnal Madania*. 2016. Vol 20(1).
 [15] Saputri, Lilis Helda. (2019). Pengaruh Ekspektasi dan Transparansi terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat di BAZNAS Kota Jambi *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
 [16] Saripah. (2019). Pengaruh Transparansi Dan Akuntabilitas Pengelolaan Dana Zakat Dalam Meningkatkan Kepercayaan Muzaki Membayar Zakat Di Badan Amil Zakat (BAZNAS) Kota Jambi. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
 [17] Soraya. (2015). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Jakarta Dalam Mengakses Portal Media Jakarta Smart city. *Jurnal Komunikasi*. Vol. 4(1).
 [18] Wulandari, Retno. (20113). *Analisis Efisiensi Lembaga Zakat Nasional Di Indonesia Menggunakan Data Envelopment Analysis (DEA) Periode 2011-2012*. Naskah Publikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta.